POROS ONIM: Jurnal Sosial Keagamaan
Volume 2, Nomor 1, Juni 2021, 1-19
e-ISSN: 2776-4532 | p-ISSN: 2798-0073
http://e-journal.iainfmpapua.ac.id/index.php/porosonim

DINAMIKA *NGAJI ONLINE* DALAM TAGAR GUS BAHA (#GUSBAHA): STUDI LIVING QUR'AN DI MEDIA SOSIAL

Saifuddin Zuhri Qudsy
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
saifuddinzuhri@yahoo.com

Althaf Husein Muzakky
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
althofhusein@gmail.com

ABSTRAK

Ngaji online merupakan sebuah fenomena baru yang ada di zaman millenial. Dahulu orang mengaji dilakukan secara tradisional dengan mendatangi majlis, namun di era sekarang *ngaji* dapat dilakukan secara virtual, hal itu menunjukkan bahwa perkembangan al-Qur'an sangatlah dinamis. Salah satu *ngaji online* yang viral dan fenomenal adalah penggunaan tagar Gus Baha' (#gusbaha), yang berasal dari pengajian yang disampaikan oleh ulama ahli Qur'an yaitu KH. Bahauddin Nursalim. Tulisan ini bertujuan mengkaji dinamika *ngaji online* dalam Tagar Gus Baha' (#gusbaha), serta respon dan dampaknya bagi para netizen. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan teori resepsi dan analisis wacana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *ngaji online* bernilai positif apabila ulama yang diikuti memiliki integritas yang jelas dan keilmuan yang otentik untuk mengindari *misunderstanding* dan misinterpretation. Tagar Gus Baha' hadir sebagai angin segar dan memiliki peran yang besar dalam mempermudah mengakses pemahaman al-Qur'an melalui gadget atau alat elektronik lainnya, selain itu tagar (#gusbaha) juga telah berhasil mengembalikan citra Islam yang banyak dipandang radikal menjadi lebih harmonis dan humanis di media sosial.

Kata Kunci: *Ngaji Online*, Tagar, Gus Baha', Media Sosial

ABSTRACT

Ngaji online is a new phenomenon that exists in millennial times. In the past, people recited the Koran traditionally by visiting majlis, but in the current era the Koran can be done virtually, it shows that the

development of the Qur'an is very dynamic. One of the viral and phenomenal online Korans is the use of the hashtag Gus Baha' (#gusbaha), which is derived from a study delivered by a Qur'anic expert, KH. Bahauddin Nursalim. This paper aims to examine the dynamics of online Koran in the Tagar Gus Baha' (#gusbaha), and their responses and impacts for netizens. This research is qualitative by using reception theory and discourse analysis. The results of this study indicate that the online Koran is positive if the scholars followed have clear integrity and authentic science to avoid misunderstanding and misinterpretation. Tagar Gus Baha' comes as a breath of fresh air and has a large role in facilitating access to the understanding of the Qur'an through gadgets or other electronic devices, besides that hashtag (#gusbaha) has also succeeded in restoring the image of Islam which is considered radical to be more harmonious and humanist on social media.

Keywords: *Online Ngaji, Hashtag, Gus Baha', Social Media*

A. PENDAHULUAN

Ngaji online merupakan upaya kemodernan yang menyisakan kesan dilematis yang mendalam bagi kaum tradisional. Seperti buah simalakama, *ngaji online* memberikan setidaknya tiga hal dilematik yang mendasar. Pertama, *ngaji online* merupakan fenomena cara menimba ilmu terbaru oleh masyarakat Indonesia di zaman yang maju dengan bermodal *gadget*, pada sekitar tahun 2016 sinyal internet di Indonesia mengalami kemajuan dengan hadirnya jaringan 4G sehingga membuka gerbang peradaban serba *online* termasuk juga dalam urusan me*ngaji,* tercatat setidaknya 171 Juta jiwa yang mengakses *ngaji online* di tahun 2019 dan akan terus berkembang ditahun-tahun berikutnya (Kompas, 2019). Hal tersebut membuat miris karena *ngaji online* dapat mengikis *ngaji* yang dilakukan secara offline atau tradisional (Sukma Ari Ragil Putri, 2018). Kedua, *ngaji online* tentu dapat memberikan ilmu dan informasi *ngaji* untuk netizen, namun disisi lain juga tidak menutup kemungkinan menjadi rawan konten *hoaxs* (Ghifary dan Jacky, 2018). Ketiga, adanya proses *liqā'* antara guru dengan murid dalam *ta'līm wa ta'allum* yang kemudian tradisi berkah tersebut hilang secara otomatis dengan adanya fenomena *ngaji online* (Christopher Helland, 2005). Cara pandang ini menjadikan interpretasi al-Qur'an tidak pernah sepi dan akan terus dikaji sebagai kitab suci yang *ṣāliḥ li kulli zamān wa makān*.

Secara umum penelitian ini berangkat dari dua kecenderungan penulis atas kajian lieratur studi living al-Qur'an di sosial media yang ada. Kecenderungan pertama, studi living al-Qur'an yang berkembang banyak menyoroti tema sisi negatif tindakan radikal dari media sosial seperti penelitian yang dilakukan Setianto (2019). Selain itu tema-tema yang diteliti bersifat tematik seperti tema media (Andy Corry Wardhani Morissan dan farid Hamid, 2013), komunikasi al-Qur'an (Fauzi Wikanda, (2017), konten meme kajian agama (Benjamin Burroughs dan Gavin Feller, 2015), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa masih sedikit para peneliti yang mengkaji dinamika *ngaji online* yang dewasa ini mulai diminati masyarakat modern atau generasi

millenial. Kecenderungan kedua, penelitian-penelitian tentang living al-Qur'an banyak meneliti ritual, praktik, tradisi yang berkembang di masyarakat (Dosen Tafsir Hadis Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga, 2007), padahal belakangan ini living al-Qur'an masuk di media sosial, akan tetapi pembatasan kajiannya masih terlalu luas dan umum sehingga banyak aspek yang pembahasan didalamnya kurang fokus seperti al-Qur'an di Facebook (Nur Mahmudah, 2017), dan Facebook sebagai media baru tafsir al-Qur'an (Wildan Imaduddin Muhammad, 2017). Dari hal itu, pada pembahasan selanjutnya akan dipaparkan dinamika *ngaji online* dengan lebih spesifik mengenai hashtag atau tagar Gus Baha' (#gusbaha) yang ada di Youtube, Twitter, Instagram, dll. sebagai bentuk perilaku tertentu yang sedang hangat dan banyak digandrungi oleh masyarakat.

Tulisan ini hadir untuk melengkapi kekurangan studi literatur yang telah penulis sebutkan. Setidaknya dua pertanyaan yang diajukan di sini. Pertama, bagaimana bentuk dinamika fenomena *ngaji online* dalam tagar Gus Baha' yang ada di sosial media. Kedua, faktor apa yang membuat netizen responsif dan antusias dalam tagar Gus Baha', sehingga tagar Gus Baha' mendapatkan sorotan di kalangan netizen layaknya ngaji dalam sistem tradisional bahkan menjadi kultur yang khas oleh masyarakat modern/millenial belakangan ini. Secara tidak langsung tujuan utama dari penelitian ini adalah mengungkap seluruh informasi terkait paradigma fenomena *ngaji online* sebagai potret terbaru cara *ngaji* dimasa sekarang kini tidak hanya di media Facebook akan tetapi masuk pada ranah ruang lingkup yang lebih luas dengan menggunakan tagar sebagai perwujudan topik baru yang ada dalam jejaring sosial media, sebab penggunaan tagar sebagai penelitian adalah sifatnya yang fleksibel dapat masuk kepada setiap lini konten aplikasi maupun fitur yang tersedia, sehingga sudah tentu lebih unggul berbeda dengan penelitian aplikasi yang mudah terbatasi.

Artikel ini berasumsi bahwa resepsi masyarakat tentang belajar agama Islam memiliki semangat yang sangat kuat, hal tersebut bukan tanpa sebab, melainkan setidaknya anggapan atau asumsi tersebut muncul atas tiga dampak sosial yang ada di masyarakat. Dampak sosial pertama, warga masyarakat Indonesia merupakan penduduk dengan mayoritas muslim sekaligus menjadi salah satu negara dengan penduduk muslim terbanyak terbesar di dunia, tentunya dari hal itu pasti memiliki latar historis keilmuan keislaman yang mumpuni namun seiring berkembangnya teknologi keilmuan keislaman tersebut tidak hanya diambil langsung lewat ulama, namun sosial media. Dampak sosial kedua, banyaknya konten *ngaji online* di dunia virtual yang tidak diketahui validitas keabsahannya sehingga sangat rawan akan konflik dibandingkan dengan *ngaji* di pesantren yang notabene masih bersifat tradisional dan otentik. Dampak sosial ketiga, bahwa dalam masyarakat terdapat *tradition can change socially* (tradisi yang apat merubah kondisi sosial) yang dalam hal ini adalah *ngaji online* dalam tagar Gus Baha' (#gusbaha).

Dalam melihat kejelasan penelitian perlu dilakukan kajian literatur. Hal ini dimaksudkan agar penelitian dapat fokus pada tema pokok pembahasan. Oleh sebab itu kajian literatur dalam tema ini akan membahas tiga objek kajian baik formal maupun material yang ada yaitu:

1. Dinamika

Dinamika awal mulanya merupakan sebuah cabang ilmu fisika yang memperlajari tentang tenaga yang dapat menggerakkan, namun setlah itu, dinamika juga dapat diterapkan untuk ilmu lainnya, sebagaimana dikemukakan oleh Ogburn (1957). Akan tetapi seiring berkembangnya ilmu pengetahuan, teori dinamika kemudian mulai ramai digunakan dalam penelitian kualitatif untuk melihat perubahan sosial dimasyarakat (Edy Suhardono, 1994), penggunaan dinamika dewasa ini tidak lagi terkhusus digunakan dalam ilmu fisika saja, namun juga ilmu sosial untuk mengetahui perubahan yang terdapat dimasyarakat, hal ini dapat melihat perubahan seperti dalam agama, ekonomi, politik, bahkan juga teknologi (Muhammad Idrus, 2009). Secara tidak langsung dinamika mencakup cara berpikir (epistem), kecenderungan, dan paradigma yang ada dalam setiap hal yang bergerak dan berubah secara kolektif.

Paradigma secara teoritik dapat muncul dan dikaji atas beberapa faktor. Dalam hak ini terdapat dua faktor yang menyebabkan terjadinya sebuah paradigma secara umum yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang menyebabkan terjadinya sebuah paradigma ada dua hal. Pertama, paradigma muncul atas sebab kondisi objektif setiap sesuatu hal apapun selalu mengalami gerak dan perubahan, tidak hanya didalam ilmu fisika namun dalam cakupan yang lebih luas, bahwa gerak dan perubahan dalam setiap kehidupan adalah keniscayaan sehingga muncul paradigma. Kedua, adanya sifat dari benda yang membutuhkan adaptasi untuk memenuhi kebutuhan sehingga menghasilkan tenaga untuk terus bergerak. Adapun faktor eksternal dalam dinamika muncul atas konteks politik, sosio-kultural, yang selalu melingkupi ruang historis (Abdul Mustaqim, 2014). Dari pembahasan diatas maka teori paradigma bersifat lentur dan luwes jika digunakan dalam sebuah objek formal penelitian, telah banyak objek formal yang menggunakan toeri dinamika, seperti dinamika sejarah, dinamika politik, dinamika ekonomi, dinamika agama dan lain macam sebagainya.

Sebagai gambaran, berikut akan dipaparkan beberapa hasil penelitian yang menggunakan teori dinamika sebagai objek formal untuk membahas studi kasus terterntu. tentang dinamika terbagi atas dua hal yaitu dinamika yang berhubungan dengan teks dan dinamika yang berhubungan dengan konteks. Adapun dinamika yang berkaitang dengan teks ditaranya dilakukan oleh Musthafa Shah dengan judul "Al-Ṭabarī and the Dynamics of tafsīr: Theological Dimensions of a Legacy" (Mustafa Shah, 2013). Tulisan tersebut banyak melakukan analisis perubahan teks, meliputi linguistik, semantik dan lain macam sebagainya dalam tafsir Al-Ṭabarī. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Alamsyah dengan judul "Dinamika Otoritas Sunnah Nabi Sebagai Sumber Hukum Islam" tulisan tersebut juga menyoroti aspek tekstual sumber hukum Islam seperti al-Qur'an dan hadis. Disisi lain terdapat studi literatur dinamika yang berfokus pada konteks seperti tulisan Supandi "Dinamika Sosio-Kultural Keagamaan Masyarakat Madura (Kiprah Dan Eksistensi Khodam Dalam Pesantren Di Madura)" (Supandi Supandi, 2017), selanjutnya terdapat tulisan dari Ahmad (2013), yang berjudul "Dinamika Komunikasi Islami di Media Online", dalam tulisan tersebut

kajian dinamika digunakan untuk melihat sistem yang menggerakkan secara kolektif di masyarakat.

2. *Ngaji Online*

Ngaji merupakan transfer *knowledge* terkait pengajaran (agama Islam) oleh guru kepada murid yang diadakan di pondok pesantren, masjid, madrasah, surau, dan tempat lainnya. Awal mulanya ngaji dilakukan secara tradisional dengan datang ke majlis tempat adanya pengajian yang diisi oleh kiai atau ulama maupun ustaz sebagai pengajar ataupun penceramah, biasa dilakukan dengan beberapa model sistem *ngaji,* seperti *bandongan, sorogan* dan *apalan*[1]. Dari seluruh model sistem *ngaji* yang telah dipaparkan diatas maka belakangan ini muncul istilah *ngaji online,* dalam istilahnya beberapa peneliti terdahulu telah menyebutnya dengan berbagai macam, yaitu *online religion* oleh Helland, *cyber-religion* oleh Ali (2011)*, digital religion* oleh Heidi Campbell (2005), dan terakhir disebut dengan *digital Qur'an computing* oleh Samian (2015). Penulis dalam hal ini menyebut dengan *ngaji online* dipilih sebab terasa lebih mudah difaham yaitu mendapatkan transfer *knowledge* terkait pengajaran (agama Islam) bukan lewat guru secara langsung dengan datang ke sebuah majlis, namun lewat jejaring media seperti situs dan konten yang ada di dunia maya.

Ada banyak teori dari para pakar dan ahli dalam membahas variasi *ngaji online*. Penulis setidaknya akan memaparkan spektrum *ngaji online* dari dua ahli. Tokoh pertama adalah Ahmad Rafiq, meminjam bahasa yang digunakan Ahmad Rafiq (2014) dalam disertasinya menyebutkan ada tiga pola konten resepsi di Indonesia, pertama yaitu resepsi eksegesis atau hermeneutika seperti meme, kedua yaitu respsi estetis seperti murattal, ketiga resepsi fungsionlis seperti mengkhatamkan al-Qur'an *online*. Dari ketiga hal yang dipaparkan oleh Ahmad Rafiq dapat dilihat dari perbandingan antara *ngaji offline* dan *ngaji online* dari segi makna, bentuk, dan fungsi saat ini. Tokoh kedua adalah Abdul Halim, (2018), dalam tulisannya Halim membagi *ngaji online* dengan tiga bentuk yaitu aplikasi al-Qur'an dan tafsir, al-Qur'an di media sosial, dan yang terakhir adalah visualisasi al-Qur'an melalui pesan meme yang dapat dilihat seperti Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapps. Secara tidak langsung dewasa ini ngaji telah mengalami proses digitalisasi dari yang tradisional beranjak ke dunia virtual.

3. Tagar

Tagar (#) atau dalam bahasa inggris disebut *hashtag* merupakan sebuah tanda yang awalnya digunakan untuk menunjukkan angka di Kanada dan Amerika Serikat, seringkali penyebutan tagar diganting menjadi kata tag saja untuk lebih singkat dan efisien. Seiring berkembangnya waktu tagar kemudian mulai masuk pada pesawat telpon pada saat peperangan, sampai

[1]Sistem *bandongan,* yaitu seorang pengajar tersebut membacakan kitab kuning atau kajian ilmu agama sedangkan murid mendengarkan, memberi makna kitab (*megon*). Sistem *sorogan*, murid maju kepada guru untuk membaca kitab yang telah dipelajari apabila kedapatan seorang murid salah dalam membaca dan menjelaskan maka guru akan membenarkan sistem ini mirip dengan presentasi jika didalam dunia perkuliahan. Sistem *apalan* adalah sistem seorang santri menghafal ayat al-Qur'an, hadis, penjelasan pelajaran, *naẓam* (bait), terhadap guru.

kemudian belakangan ini kemudian definisi tagar diperluas menjadi tanda dalam teknologi informasi untuk menyoroti arti khusus (Ghifary dan Jacky 2018). Pada sekitar tahun 1970- 1978 M. tagar kemudian dikembangkan oleh Brian Kernighan dan Dennis Ritchie sebagai alat untuk menandai dan merujuk kepada sebuah pesan individu, kelompok, yang relevan dengan topik tertentu. Setidaknya ada dua motif penggunaan tagar kata yang membentuk tanda di sosial media pertema mengelompokkan topik yang lebih spesifik dan mempermudah mencari topik yang saling berkelindan sebagaimana dikemukakan Sari dan Anggraeni (2019).

Dalam pembagiannya variasi penggunaan selalu dibentuk dari kata, adapaun tagar atau hashtag terbagi menjadi delapan ditinjau dari proses pembuatan kata dibagi menjadi delapan. Pertama, Affixation, merupakan istilah lingusitik untuk membuat sebuah pemahaman baru dalam sosial media dengan cara memberi imbuhan pada awalan atau akhiran seperti #regram terdiri dari *re* dan *gram*, selfie terdiri dari *self* dan *ie*. Kedua, *compounding,* merupakan dua akar kata yang dijadikan satu seperti *#outfit* terdiri dari *out* dan *fit*. Ketiga, coinage, merupakan sebuah kata baru yang muncul seperti *#foodporn*. Keempat, *blending,* merupakan sebuah kata yang dibuat atas kepaduan kata yang ada contoh *#instagood*, tagar tersebut merupakan penggabungan dari instragram dan good untuk menunjukkan foto yang bagus dan bernilai estetika tinggi. Kelima,*acronym* (singkatan), yaitu kata yang muncul akibat singkata, contoh #YOLO merupakan singkatan dari *you only live once*. Keenam, *initialism* (huruf awal), hampir sama dengan *acronym* hanya saja ia tidak bisa mudah dieja dari segi ucapan contoh #OOTD yaitu singkatan dari *Outfit of the Day*. Ketujuh, *clipping* (potongan kata), kata yang sengaja dipangkas untuk lebih mudah namun tetap menunjukkan arti yang sebenarnya #pict untuk menunjukkan *picture*. Delapan, *multiple processesing* untuk menunujukkan artian khusus contoh #Iger untuk menunjukkan *instagrammers* yaitu orang yang mendapatkan uang dari aplikasi Instagram (Noor Hazarina Hashim, et.all., 2007).

Penggunaan tagar sebetulnya dapat masuk dalam berbagai aspek lini kehidupan. Dapat dilihat tagar telah berhasil memperngaruhi dunia politik hal ini sebagaimana terjadi perang tagar yang sempat menggegerkan dunia maya, sebagaimana tulisan dari Firdaus dan Yanuar (2019) yang berjudul “Fenomena Perang Tanda Pagar #2019GantiPresiden dan #Jokowi2Periode di Instagram dalam membangun Kontruktivisme Berfikir Pemilih Pemula, hampir lebih dari satu tahun dua tagar tersebut meramaikan dunia maya, dan memiliki dampak yang luar biasa. Tagar juga dapat berpengaruh dalam omset penjualan *online*, dapat dilihat dalam tulisan Permatasari dan Trijayanto (2017) yang berjudul “Motif Eksistensi melalui Penggunaan Hashtag (#OOTD) di Media Sosial Instagram”, tulisan tersebut mengeksplorasi model gaya busana anak zaman sekarang mulai dari bahan, merek, sampai harga. Namun secara garis besar tagar bertujuan membuat *trending topic* dalam jagat dunia maya agar semua orang bergerak mengakses topik yang ada, dapat dilihat tulisan dari Tamburian (2015), sempat viral tentang haji lulung yang entah siapa namun menjadi diperbincangkan sebab media tagar yang di*blow up* secara terus menerus

sebagai bahan candaan. Dari pemaparan diatas jelas bahwa tagar adalah tanda yang dapat membuat netizen tertarik untuk mengakses.

Jenis penelitian ini merupakan adalah penelitian kualitatif. Secara khusus penelitian ini berfokus pada dua bentuk data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari setiap *posting*an di dunia maya. Data sekunder didapat dengan melihat komentar sebagai bentuk responsif netizen atas Gus Baha' yang dapat memperjelas penulis dalam menganalisis data setelahnya nanti. Jenis data yang diambil merupakan data lapangan yang berada dalam aplikasi sosial media yang sering diakses generasi millenial meliputi instagram, twitter, facebook, youtube, keempat aplikasi besar tersebut merupakan wadah untuk tagar mengenai ngaji Gus Baha', data lapangan yang diperoleh penulis dapat berupa *caption* yang setelahnya terdapat #gusbaha, juga video yang di dalamnya terdapat deskripsi #gusbaha, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi atau observasi langsung dengan mengakses setiap postingan yang ada di dunia maya kemudian menarasikan dengan klasifikasi menjadi beberapa bagian. Adapun langkah kongkritnya. pertama adalah mencari dalam kolom vitur pencarian dengan menulis tagar Gus Baha' #gusbaha, selanjutnya memilah apabila terjadi kesamaan konten, dan terakhir mengidentifikasi postingan yang mendapatkan viewers dan komentar terbanyak (Adib Sofia, 2017).

Dalam tulisan ini penulis menggunakan analisis data penulis menggunakan dua analisis. Dalam memahami data primer yang terdapat di dunia maya, penulis menggunakan teori resepsi yang dikemukakan oleh Ahmad Rafiq yaitu resepsi eksegesis dan hermeneutika dengan bentuk penjelasan dan penafsiran, resepsi estetis dengan transformasi al-Qur'an dalam karya video, meme dan lain-lain, terakhir yaitu resepsi fungsionalis dapat berupa informatif maupun performatif (Rafiq). Sedangkan untuk analisis data sekunder berupa komentar penulis menggunakan analisis wacana (Sahiron Samsudin, 2019), pengunaan analisis wacana didasari atas kesadaran cara merepresentasikan media, menyusun teks, secara tidak langsung analisis wacana merupakan gambaran kongkrit yang diperlukan untuk mengetahui secara dalam sosiopoltik dalam dunia maya, selain itu anlisis wacana lebih dekat dengan validitas data sebab sesorang dapat mencari indikator berupa penjelasan yang terdapat dalam media sosial termasuk juga al-Qur'an. menurut Fauzan (2014), analisis kritis juga mampu mengungkap sesuatu dibalik wacana yaitu ideologi. Tentunya indeologi adalah sebuah ide yang menjadi roda penggerak munculnya beragam wacana keagamaan di dunia nyata maupun maya.

B. TAGAR GUS BAHA' (#GUSBAHA) DAN DINAMIKA *NGAJI ONLINE*

1. Mengenal Gus Baha': Sosok Ulama Yang Karismatik

KH. Bahauddin Nursalim atau lebih akrab disapa Gus Baha' merupakan ulama asli dari Nusantara. Gus Baha' lahir tanggal 15 Maret 1977 di Sarang, Rembang, Jawa Tengah. Dari kawasan pesisir pantai utara tersebut beliau tinggal di lingkungan yang super religius, dari silsilah keluarga saja empat generasi Gus Baha' sampai kepada Sunan Kudus, dari

silsilah garis keturunan ibu Gus Baha' berasal dari ulama Lasem yakni Bani Mbah Abdurrahman atau biasa dikenal dengan Mbah Sambu seorang ulama yang *waliyullah*. Dari kecil dan sangat belia Gus Baha' telah khatam belajar keilmuan hafalan al-Qur'an beserta qiro'ahnya dibimbing langsung dibawah naungan ahli al-Qur'an, yaitu abahnya Gus Baha' sendiri yakni KH. Nursalim *al-Ḥāfiẓ* dari Narukan, Kragan, Rembang, Jawa Tengah hal ini, integritas keilmuan al-Qur'an beliau sangat terjamin sebab mengikuti *gemblengan* tradisi keilmuan pengajaran *tajwīd* dan *makhārijul ḥūruf* dari KH. Arwani Amin Kudus yang sangat terkenal memiliki karakteristik yang ketat dan disiplin. Setelah berumur remaja Gus Baha' kemudian dititipkan kepada KH. Maimoen Zubair di Pesantren *al-Anwar*, Karangmangu, Sarang, Rembang. Dari pendidikan Pesantren Al-Anwar jika biasanya seorang santri diajarkan oleh guru, maka Gus Baha' kebalikannya, Gus Baha' mengaji dengan cara membaca kitab kuning klasik sedangkan gurunya cukup membenarkan jika terjadi kesalahan, namun itu tidak pernah terjadi kesalahan, sehingga dalam keilmuan keislaman seperti al-Qur'an, tafsir, fiqh, hadis, falak, tasawwuf, mantiq, uṣul fiqih, telah hafal dan masih banyak lainnya yang dikuasai Gus Baha' (Iip D Yahya, 2019). Tidak lama kemudian Gus Baha' yang awalnya mondok malah diangkat menjadi dewan pengajar di pondok Al-Anwar sebab kecerdasannya, dapat dilihat bahwa riwayat pendidikan pendidikan Gus Baha' adalah murni Pesantren ayahnya di Narukan dan Pondok Pesantren Al-Anwar Karangmangu Sarang, namun keilmuannya seperti mengenyam perguruan tinggi sebab hafal dan lugas dalam menyampaikan referensi (Nur Sholihah Zahro'ul Isti'anah dan Zaenatul Hakamah, 2019).

Setelah dirasa cukup dalam menimba ilmu, Gus Baha' mulai melakukan pengembaraan dakwah ilmiyyah (Munawir Aziz, 2019). Gus Baha' melakukan dakwah pertama kali adalah di Bumi Mataram Yogyakara pada tahun 2003, pada saat itu santri yang dulu diajar Gus Baha' di Sarang Rembang kemudian banyak yang ikut pindah ke Yogyakarta mengikuti sang guru, sampai kemudian tahun 2005 KH. Nursalim yaitu *abah* Gus Baha' wafat sehingga secara tidak langsung Gus Baha' yang harus meneruskan perjuangan abahnya. Ditambah pada tahun 2019 setelah sang guru yaitu KH. Maemoen Zubair wafat, Gus Baha' seakan menjadi medan magnet yang mampu menarik segala lapisan elemen masyarakat yang haus akan ilmu agama. Tidak hanya di dunia nyata, dalam dunia maya sekalipun, Gus Baha' mampu menyedot sekian netizen untuk antusias mengkaji ilmu syariat yang. Gus Baha' setiap bulan selalu melalang buana berdakwah memberikan pengajaran di Indonesia di berbagai Pondok Pesantren dan Universitas seperti Kudus, Pati, Rembang, Bojonegoro, Tuban, Sidogiri, Kediri, Yogayakarta, Jakarta bahkan sampai luar negeri seperti Korea. Atas jasa beliau, Gus Baha' kemudian hendak diangkat menjadi *Doctor Honoris Causa* dari Universitas Islam Indonesia atas jasa dan kiprah beliau yang merupakan satu-satunya ulama Dewan Tafsir Nasional Nusantara dengan pendidikan non formal dan non gelar tapi mampu mengungguli para alumni Timur Tengah dan kesarjanaan Barat dalam keilmuan keislaman, namun Gus Baha' tidak berkenan dengan gelar tersebut dan lebih memilih menjadi ulama yang ikhlas dan sederhana dengan gaya khasnya berbaju putih,

kopiah hitam agak miring, dan sarung khas pesantren (Isti'anah dan Hakamah).

Gus Baha' merupakan ulama rasionalis. Jika kebanyakan ustaz millenial sering memberikan fatwa halal haram, maka Gus Baha' tidak demikian, menurut Gus Baha' dalam Islam yang terpenting adalah kerukunan. Tema yang paling banyak dalam *ngaji online* Gus Baha' banyak membahas tentang Islam yang sangat beragam, multikultural, sehingga ajarannya tidak kaku. Gus Baha' mengungkapkan bahwa dahulu nabi Muhammad bukanlah sosok yang mengharuskan masuk Islam terhadap sekitarnya dengan keras itulah sebabnya Nabi Muhammad bermitra dengan malaikat Jibril sang pembawa wahyu, selalu mengedepankan sikap ramah, oleh sebab itu walaupun di masa Nabi terdapat Yahudi dan Nasrani namun Islam dapat hidup rukun damai berdampingan, jika Islam keras maka nabi seharusnya bermitra dengan malaikat Izrail sang pencabut nyawa (Isti'anah dan Hakamah). Dalam setiap *ngaji online* Gus Baha', sedikit sekali ditemukan video Gus Baha' saat mengaji, rata-rata semua media *ngaji online* Gus Baha' diisi hanya dengan audio atau rekaman suara saja, hal ini didasari atas sikap Gus Baha' yang sangat sederhana, walaupun beliau merupakan sosok yang kaya terlahir dari keluarga tuan tanah dan memiliki banyak rumah, namun beliau selalu tampil tanpa pengawal, kemana-mana menggunakan bis angkutan tanpa mobil pribadi, hal ini kemudian menjadikan Gus Baha' tidak ingin diekspos ditengah oase kebanyakan ustaz lainnya yang malah ingin terkenal. Kesederhanaan Gus Baha' terlihat ketika beliau mengatakan, "saya ketika ngaji jangan divideo, cukup direkam saja, saya tidak enak sama Nabi jika dihisab di *yaumil Qiyāmah* malah menyaingi kepopuleran nabi". Sebuah sikap yang s*nyentrik* lentur, ramah, dan bijak dalam menyikapi persoalan tentunya dengan anekdot beliau dalam setiap pengajaran sehingga mudah diterima diberbagai lapisan dalam alternatif memahami agama oleh masyarakat Islam (Aziz).

2. Dinamika *Ngaji Online* dalam Tagar Gus Baha'

Tagar Gus Baha' merupakan daftar populer di jagat dunia maya, hampir setiap pengajian apapun terdapat tagar Gus Baha'. Audiens beliau bersifat kompleks, heterogen, dan bermacam-macam. Tercatat sebanyak 329.000 lebih postingan di Instragram tentang Gus Baha', delapan puluh ribu Tweet tentang Gus Baha', dan tiga ratus delapan puluh tujuh unggahan video di dalam Youtube, dari sekian data yang telah disebutkan sedikitnya dua puluh ribu lebih *viewers* ditonton oleh berbagai lapisan netizen mulai dari akademisi, artis, ulama, bahkan juga, kaum awam. Pengajian *ngaji online* dalam tagar Gus Baha' bersifat inklusif terbuka atas semua golongan, jika dilihat dari latar belakang Gus Baha' beliau seharusnya hanya diminati oleh orang-orang NU (Nahḍatul Ulama'), sebab Gus Baha' merupakan Rais Syuriyah PBNU, namun hal tersebut tidak menutup kemungkinan golongan selain NU untuk ikut mengaji di tagar Gus Baha', seperti halnya akun Instagram tokoh salafi @Adihidayatofficial dan @Khalidbasalamahofficial yang juga mengakses tagar Gus Baha'. Tidak berhenti disitu, sebaliknya akun yang didalamnya terdapat tagar Gus Baha' juga ikut me*like* atas akun tokoh salafi seperti akun Instagram @ceramahgusbaha (Sobirin, 2019).

Terdapat hal menarik penggunaan tagar di sosial media Penggunaan tagar Gus Baha' bersifat universal atas semua *ngaji online*. Secara garis besar ngaji online tidak hanya Gus Baha'. Ada sederet ulama yang kesohor dalam papan media sosial seperti ustaz Adi Hidayat, Gus Qoyyum, Gus Mus, Gus Miftah, Gus Muwaffiq, Ehma Ainun Najib atau Cak Nun, walaupun ditemukan ceramah *ngaji* online yang disampaikan selain Gus Baha', namun penggunaan tagar Gus Baha' muncul *ngaji online*. Hal ini menunjukkan tingkat kepopuleran dan tingginya jumlah viewers yang ada di sosial media terhadap Gus Baha', sampai-sampai *ngaji online* yang disampaikan dari ulama lain juga turut menggunakan tagar Gus Baha'.Dengan adanya ngaji Gus Baha' yang ada di dunia maya maka kajian pemahaman tentang al-Qur'an dan tafsirnya dapat menjadi lebih jelas. Meski awalnya ngaji merupakan sesuatu yang sifatnya religius dan spiritual, namun belakangan ini *ngaji online* menjadi ajang hiburan, rileksasi, dan terapi psikologi atas pemahaman agama yang biasanya terkesan berat dan kaku. Lewat ngaji Gus Baha' al-Qur'an menjadi sebuah narasi cara pandang kehidupan yang lebih renyah dan mudah.

Ngaji online Gus Baha' merupakan sebuah proses respsi atas al-Qur'an. pengajian yang awalnya bersifat tradisional kemudian di*upload* kedalam dunia virtual. Para *muḥibbin* (fans) berperan menjadi konten kreator Gus Baha' yang kemudian aktif bergerak menggarap mengubah pengajian Gus Baha' ke media sosial dengan proses digitilalisasi. Para ustaz yang viral lainnya juga tidak kalah turuta andil dalam mempopulerkan Gus Baha, seperti halnya ustaz Adi Hidayat yang juga rutin mengikuti kajian beliau di media sosial. Adapun kitab-kitab yang sering digunakan *ngaji* Gus Baha' sangatlah banyak, namun yang sering dibuat ngaji dan digitaliasai menjadi *ngaji online* hanya ada enam. Pertama, tafsir *Jalālain* yang berisi pembahasan kitab tafsir berpaham *ahlussunnah wal jama'ah* ditulis oleh Imam Jalāluddin al-Maḥalli dan Jalāluddin al-Suyūṭī. Kedua, terdapat al-arba'īn fi uṣūluddin karya ḥujjatul Islām Muḥammad al-Ghazāli yang berisikan empat puluh pokok agama secara baik dan benar. Ketiga, kitab ḥayātuṣ ṣaḥābah karya Maulana Muhammad Zakariyya al-Kandahlawi, kitab tersbut berisikan tentang kiprah kehidupan para sahabat nabi Muhammad SAW. Keempat, kitab Musnad Aḥmad Ibn Ḥanbal yang merupakan sosok mazhab fiqih Islam yang rasionalis. Kelima, Naṣāiḥul 'Ibād karya Syaikh Nawawi al-Bantani yang diadopsi dari nasehat Imam Ibn Ḥajar al-Asqalāni. Keenam Kitab al-ḥikam karya Ibn 'Aṭāillah al-Sakandari. Enam kitab tersebut disajikan dengan durasi pengajian dalam tagar yang relatif bermacam-macam, namun secara global terdapat tiga durasi waktu, yaitu pendek selama satu menit, tengah antara delapan sampai lima belas menit, dan panjang dari sejam hingga dua jam.

3. Tagar Gus Baha': Cara Baru Belajar Agama di Dunia Maya

Tagar Gus Baha' merupakan sebuah media baru dalam belajar agama di media sosial kepada KH. Bahauddin Nursalim. Kebanyakan ulama di dunia media sosial merupakan ulama yang dengan sengaja mempopulerkan diri dengan membuat pengajian yang diunggah ke media sosial, namun tagar Gus Baha' hadir ditengah oase ustaz millenial yang rata-rata

merupakan seorang sarjana terkemukana di dunia Barat maupun Timur Tengah. Biasanya ulama millenial lahir dari rahim pendidikan formal, namun anggapan tersebut dipatahkan dengan kemunculan *ngaji online* tagar Gus Baha', adanya tagar Gus Baha' merupakan gambaran kongkrit ulama dari pendidikan non formal atau pesantren mampu berkontestasi dengan ulama yang berpendidikan formal di era millenial (Heidi A. Campbell dan Mia Lövheim, 2011). Sebagaimana dilihat dalam respon netizen dalam *ngaji online* pada tagar Gus Baha' memiliki banyak tanggapan yang positif dibanding yang negatif, hal ini menunjukkan bahwa dakwah di dunia virtual sekalipun adab dan tata krama harus selalu dijunjung dengan agung. Berdakwah haruslah dengan bahasa yang santun terlebih lagi mampu memberikan nuansa santai, humanis dan harmonis, tagar Gus Baha' merupakan sebuah kritik yang kuat atas ustaz yang keilmuan keislaman dan logika berpikir masih amatiran, untuk terlebih dahulu belajar kembali sebelum dakwah tentang Islam ajaran al-Qur'an dan sunnah Nabi.

Beberapa hal yang perlu digaris bawahi adalah dakwah itu selalu berkembang secara dinamis, sehingga di dalamnya terus mengalami kemajuan dan penyeusaian. Dahulu dakwah sorang nabi Muhammad dengan lisan dan perbuatan, dakwah para sahabat menggunakan kalam yang menyejukkan, dakwah Walisongo di Nusantara menggunakan budaya, maka sudah sangat tepat jika dakwah di era millenial dapat menggunakan media sosial (Campbell). Gus Baha' mengatakan bahwa kebaikan itu harus diperlihatkan, sudah tidak zamannya kebaikan itu disembunyikan, apa jadinya jika keburukan dipertontonkan sedangkan kebaikan harus di tahan, hal tersebut dapat menjadikan ketimpangan di berbagai aspek kehidupan, selain itu dengan adanya internet dan agama yang saling berkelindan setidaknya dapat menekan, dan mengikisi pemahaman yang tidak sesuai tentang agama, hampir-hampir tagar Gus Baha' setiap hari selalu *update* dan bertambah konten, hal ini menunjukkan bahwa Gus Baha' setiap hari juga secara konsisten terus mengaji kesana-kemari membimbing umat, hanya saja dalam dunia nyata Gus Baha' selalu pindah dari suatu tempat ketempat yang lain silih berganti, namun di dunia maya, ditengah kesibukan masyarakat saat bekerja tetap dapat mengaji, masyarakat cukup mengakses agama dengan meng*klik* tagar Gus Baha', entah itu di Youtube, Twitter, Instagram, Facebook (Rosalind I. J. Hackett, "Religion and the Internet, 2006). Dapat diambil kesimpulan bahwa *ngaji online* dalam Tagar Gus Baha' merupakan sebuah trobosan dan angin segar dalam memahami agama secara otentik, sebab ulama yang dikaji memiliki integritas yang sudah jelas dapat mendidik.

C. RESPON DAN DAMPAK TAGAR GUS BAHA' (#GUSBAHA) BAGI PARA NETIZEN

1. Faktor-Faktor Antusiasme dan Bentuk Responsif Netizen Atas Tagar Gus Baha'

Respon netizen sangat tinggi pertama kali melihat video pengajian Gus Baha' disajikan secara live. Tanggapan para netizen sangat tinggi dalam

tagar Gus Baha', dalam video ini nnetizen mengakses video Gus Baha' dengan antusias sampai-sampai dalam video ini memiliki capaian *viewers* sebanyak satu koma tujuh juta. Dalam video ini Gus Baha' menjelaskan tentang pentingnya Islam yang santun termasuk juga dalam bertauhid secara benar dengan tidak merasa paling benar dan tidak memvonis selain paham dari dirinya adalah salah. Penggunaan tagar dalam video ini bahkan disebut dituliskan sebanyak tiga kali, ditambah lagi di dalamnya terdapat respon dari netizen sebanyak dua puluh lima ribu komentar. Video di Youtube yang berjudul "Gus Baha' turun gunung" Gus Baha' menjelaskan tentang QS. al-Anfāl [8]: 38 yaitu sebagai berikut:

قُلْ لِّلَّذِيْنَ كَفَرُوْٓا اِنْ يَّنْتَهُوْا يُغْفَرْ لَهُمْ مَّا قَدْ سَلَفَۚ وَاِنْ يَّعُوْدُوْا فَقَدْ مَضَتْ سُنَّتُ الْاَوَّلِيْنَ .

Terjemahannya:

> *"Katakanlah kepada orang-orang yang kafir itu (Abu Sufyan dan kawan-kawannya), "Jika mereka berhenti (dari kekafirannya), niscaya Allah akan mengampuni dosa-dosa mereka yang telah lalu; dan jika mereka kembali lagi (memerangi Nabi) sungguh, berlaku (kepada mereka) sunnah (Allah terhadap) orang-orang dahulu (dibinasakan)".* (QS. al-Anfāl [8]: 38).

Dalam ayat ini Gus Baha' menjelaskan jika orang kafir saja yang masuk Islam dengan membaca kalimat tauhid yang berupa lafaz *lāilāha Illallah* maka dapat diampuni dosanya yang telah lalu. Para ulama sepakat bahwa kalimat *lāilāha Illallah* tersebut dapat membuat orang kafir jadi mukmin, lantas bagaimana bisa dengan kalimat yang sama, semisal ada orang yang menyebut tahlilan di kuburan sambil memegang nisan kemusian menjadi kafir, maka semua orang perlu belajar lagi tentang tauhid, bahwa dalam hadis disebutkan *afḍalu żikri fa'lam annhu lāilāha Illallah,* bahwa sesungguhnya sebaik-baiknya mengingat Allah adalah mengetahu bahwa Allah itu merupakan dzat yang tiada tuhan yang berhak disembah kecuali hanya Allah semata. Salah satu komentar yang menarik adalah dari akun Julian Yayan yang mengatakan "ustaz HTI dan Wahabi akan mulai tenggelam dan menjadi orang yang menjadi nasional dan penyejuk rakyat Indonesia apabila mendengarkan ceramah Gus Baha', subhanallah Alhamdulilah", komentar Julian Yayan kemudian ditanggapi oleh Faqiah Gea, "Islam akan menjadi satu tubuh jika semua merangkul pengajian Gus Baha' " (Isti'anah dan Hakamah).

Netizen merupakan perwujudan masyarakat millenial. Salah satu sebab viralnya pengajian *online* dalam tagar Gus Baha', disebabkan atas netizen yang memiliki peran dan sumbangsih besar dalam mempopulerkan kajian dalam tagar Gus Baha', hal tersebut dilakukan dengan tiga hal; pertama, mengakses; kedua, memberikan *like*; ketiga, memberikan komentar dalam sebuah konten tagar Gus Baha'. Ditinjau dari segi aplikasi media sosial, jumlah netizen yang mengakses memiliki nominal yang bermacam-macam, di Youtube orang mengakses tagar Gus Baha' tercatat sampai kisaran tiga ratus sampai tujuh ratus juta sampai satu juta *viewers*,

di Instagram jumlah *viewers* tercatat lima puluh sembilan ribu, di Twitter di like dan di retweet sebanyak enam ratus kali, di Facebook tagar Gus Baha' diakses sebanyak dua puluh lima ribu. Adapun responsif netizen berbentuk komentar yang ada dalam tagar Gus Baha' yang terbagi menjadi dua, positif dan negatif yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Respon Netizen Terhadap Ngaji Online Tagar Gus Baha'

Nama Judul Konten Ngaji Online Tagar Gus Baha'	Frekuensi *Viewers*, *Like*, Dan Komentar	Respon Positif Netizen	Respon Negatif Netizen
Bersyukur bisa shalat walau tidak sempurna (QS. al-Syu'arā'[26]: 219)	37.268 Viewers 81.567 Like 43 Komentar	Sitipurwani77: "Subhanallah memberi kesejukan bagi kami yang awam" Noor_budianto: "luar biasa semua berpotensi masuk surga" Yudieka70 "iya gus, saya termasuk orang yang susah shalat dengan khusyu' terima kasih pencerahannya, tetap optimis"	Putri.masagi: "bahaya kalau didengarkan orang yang lemah imannya, bisa menyepelekan shalat!"
Belajar bersyukur (QS. al-Baqarah [2]: 152)	51. 626 Viewers 70.392 Like 29 Komentar	Diditsukmawati: "kalau mendengar ceramah Gus Baha' Adem tenang Islam benar-benar sejuk dan tidak ribet" Yuliankoko: "ngaji via medsos" Inijedir: "berasa mendapat siraman rohani"	-
Kesalahan Wahabi dalam menghukumi tawasul (QS. al-Māidah [5]: 35) (QS. al-Isrā' [17]: 57)	44.515 Viewers 50.765 Like 48 Komentar	Capolista21: "Alhamdulillah tadi jam enam pagi dapat mengikuti pengajiannya Gus Baha' di Prigen Pasuruan, sehat selalu Gus Baha'..." Penikamatsusu22: "ingin bisa berpegangan sarungnya Gus Baha'" Nanag_untoro170880: "manut kulo gus"	-
Jadi orang harus baik (QS. al-Anbiyā' [21]: 18)	56.633 Viewers 51.890 Like 25 Komentar	Mvfajaraditya: "izin save and share ya sejuk sekali" Renika.prasekti: "idola" Pradana4851: "adem"	-

Faktor yang menjadikan netizen berkenan *ngaji online* dalam tagar Gus ada dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang menjadikan ramai adalah Gus Baha' merupakan sosok ulama yang memiliki kredibilitas keilmuan keislaman yang otentik, setiap argumen selalu diberi dalil yang jelas, berikut akan dipaparkan beberapa kalimat yang sering terucap dari Gus Baha' sebagai bentuk keilmuannya yang mendalam sehingga membuat takjub dan menjadi cinta, adalah sebagai berikut; "*aku iki ulama* (saya itu ulama)"; "*sakjane maqomku iku wes duwur, tapi berhubung aku dipasrahi santri koyo sampean, aku mudun maneh menggoblokkan diri* (sebetulnya derajatku itu sudah tinggi, namun berhubung saya dipasrahi santri seperti kalian, ya saya turun pangkat membodohkan diri)"; "*aku iku yo heran, uwong kok gobloke ngono* (saya itu juga heran, orang kok bodohnya sampai seperti itu)"; "*aku iku apal Qur'an dan ribuan hadist, kok bok saingi arba'in, kalau ngeajak debat iku mbok ya seimbang!* (saya itu hafal al-Qur'an dan ribuan hadis, masa kamu saingi dengan kitan arb'in, kalau mengajak debat yang seimbang"; *"saya berharap diundang cukup sekali ini saja, jangan diundang lagi, sebab mencintai ulama itu baik, tapi mengatur ulama itu dosa"*. Adapun faktor eksternal yaitu sebagai berikut, minimnya akses ngaji yang berkualitas sebab pengajar yang hanya memiliki keilmuan terbatas sehingga sosok Gus Baha' dianggap sebuah samudera ilmu yang dapat diselami dengan bebas, banyaknya para konten kreator sekaligus *muḥibbin* (fans) sekaligus murid (santri) yang memiliki keahlian dalam bidang editing sehingga mengemas *ngaji* Gus Baha' menjadi konten yang menarik dengan ditambah, gambar, *backsound* musik yang membuat pengajian Gus Baha' menjadi lebih menarik (Isti'anah dan Hakamah).

Pengaruh *ngaji online* dalam tagar Gus Baha' sangatlah banyak. Setidaknya terdapat lima dampak sosial yang sangat jelas dirasakan dengan adanya *ngaji online* dalam tagar Gus Baha'. Pertama, masy arakat memiliki semangat ngaji walau hanya menjadi santri *online*. Kedua, semakin jelasnya ulama yang layak diikuti ajarannya, Gus Baha' yang merupakan ulama lokal nusantara membuktikan bahwa keilmuannya mampu bahkan dapat menyaingi kesarjannan Barat dan alumin Timur Tengah. Ketiga, lewat pengajian Gus Baha' Islam menjadi lebih mudah rileks dan lentur sehingga masyarakat secara kultural memiliki karakteristik yang religius dan humanis. Keempat, dapat memberikan penghasilan. Bagi para konten kreator terlebih lagi yang konsisten menggunakan tagar Gus Baha' yang berada di Youtube, dapat dipastikan bahwa *ngaji online* dalam tagar Gus Baha' dapat mendatangkan banyak followers, like, komentar, subsciber yang tentunya menjadi keberkahan tersendiri (Yahya), karena semakin ramai sebuah akun maka akan semakin banyak pula dalam menghasilkan pundi-pundi ekonomi, yaitu lewat *endorsment*, support dan lain macam sebagainya.

2. Sikap Netizen dalam Tagar Gus Baha'

Setelah data di astas diamati dalam. Sikap netizen terhadap tagar Gus Baha' lebih banyak mengarah pada tanggapan positif dibandingkan tanggapan yang negatif. Tanggapan yang negatif biasanya dari kaum salafi

yang kebetulan memiliki pola pikir yang masih kurang inklusif, namun secara luas tokoh kaum salafi seperti ustaz Adi Hidayat, Khalid Basalamah justeru mengakui bahwa Gus Baha' merupakan ulama' yang ahli tafsir dan pakar ushul fiqih, bahkan sampai-sampai disebut dengan manusia al-Qur'an. Pandangan dan sikap netizen tersebut memberikan sebuah pemahaman bahwa, tagar Gus Baha' tidak seperti kebanyakan konten agama lain, yang terpeta, dan terkotak akan sekat organisasi Islam tertentu, seperti NU, Muhammadiyyah, HTI, FPI, Salafi dan lain macam sebagainya, namun Gus Baha' memperlihatkan kualitas dakwahnya, ditengah kontestasi digitalisasi Islam virtual, Gus Baha' berangkat dari tradisi tradisional yang sangat kental, namun mampu menarik perhatian untuk generasi millenial (Sobirin).

Gambar 1. Gus Baha' Saat Memberikan Pengajian

Disisi lain, *ngaji online* dalam tagar Gus Baha' merupakan ajang mendapatkan keuntungan oleh para netizen lewat sosial media. Maraknya profesi Youtuber yang dewasa ini merupakan pekerjaan yang menjanjikan dapat menggeser dinamika *ngaji* yang ada, dahulu tujuan *ngaji* adalah belajar menggapai riḍa Allah SWT. dan sebagai bentuk ibadah (Hashim), namun setelah kemunculan *ngaji online* kini dimensi ibadah tersebut berasa lebih profan. *Ngaji online* selain bersifat ibadah, pada tahap yang lain sekaligus juga dapat diniati bekerja mencari konten media agar menghasilkan profit pribadi (Mokter Hossain dan K. M. Zahidul Islam, 2015). Dari dinamika sosial yang terjadi diatas maka dapat dilihat bahwa *ngaji online* dapat mendatangkan keberkahan bagi mereka yang senantiasa konsisten membuat konten dalam hal ini adalah meramaikan tagar Gus Baha' dengan video, meme, maupun *caption*. Sebagai studi al-Qur'an kontemporer tagar Gus Baha' merupakan kajian kemajuan living al-Qur'an. studi living Qur'an yang dari dulunya berada di masyarakat tradisional kini beranjak lebih praktis dan ayat tentunya ayat al-Qur'an dikemas dengan penyampaian yang lebih menarik dan bersifat global (Aziz).

D. KESIMPULAN

Tagar Gus Baha' merupakan angin segar dalam dunia kajian al-Qur'an dan juga berbagai disiplin ilmu keislaman. Sebuah potret masyarakat millenial yang mengaji di dunia virtual dengan mengakses media sosial. Kemajuan teknologi dapat menjadi wadah dan perantara yang baik untuk *ngaji,* dahulu *ngaji* harus dilakukan secara tradisional dengan mendatangi majlis, dewasa ini cukup mengakses dengan praktis. Dalam tulisan ini penulis mendapatkan kesimpulan bahwa dinamika *ngaji* online di media sosial telah menunjukkan sekali lagi kemukjizatan al-Qur'an dari kalam suci yang tertulis kini bertrasformasi menjadi sebuah video yang memiliki nilai estetis dan ekonomis dengan adanya tagar. Melalui teori resepsi dan analisis wacana, pengajian Gus Baha' yang dulunya belum sepopuler sekarang ini, dengan adanya digitalisasi *ngaji* menjadikan pemahaman al-Qur'an yang benar dapat disampaikan secara luas dan membumi. Secara khusus tagar Gus Baha' juga menjadi pelopor gelarakan Islam yang nasionalis, humanis, religius, dengan dikemas secara humoris. Disisi lain tagar Gus Baha' tentunya telah berhasil mengembalikan citra dakwah Islam di media sosial yang sempat tercoreng atas banyaknya isu radikalis. Di dalam tulisan ini terdapat banyak celah kekurangan, penulis memberikan catatan bahwa masih banyak hal yang dapat diteliti lebih lanjut dalam penelitian ini, seperti masalah bagaimana dampak adanya *ngaji online* dalam tagar Gus Baha' di masa sekarang; tema apa saja yang dikaji dalam Gus Baha' secara rinci, besar harapan penulis apabila kelak terdapat peneliti yang berkenan mengkaji lebih lanjut mengenai hal tersebut.

REFERENSI

Buku

Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga, Dosen Tafsir Hadis. (2007). Metodologi Penelitian Living Qur'an dan Hadis. *Yogyakarta: Teras.*

Halim, Abdul. (2018). Wajah Al-Qur'an di Era Digital. *Yogyakarta: Sulur Pustaka.*

Idrus, Muhammad. (2009). Metode Pendekatan Ilmu Sosial. *Yogyakarta: Erlangga.*

Morissan, et.all. (2013). Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat. *Bogor: Ghalia Indonesia.*

Mustaqim, Abdul. (2014). Dinamika Sejarah Tafsir al-Qur'an. *Yogyakarta: Adab Press.*

Rafiq, Ahmad. (2014). The Reception of the Qur'an in Indonesia: A Case Study of the Place of the Qur'an in a Non-Arabic Speaking Community. *The Temple University US: ProQuest LLC.*

Sofia, Adib. (2017). Metode Penulisan Karya Ilmiah. *Yogyakarta: Bursa Ilmu.*

Suhardono, Edy. (1994). Teori Peran, Konsep, Derivasi dan Implikasinya. *Jakarta: Gramedia.*

Jurnal dan lainnya

Abdullah, Irwan. (2017). Di Bawah Bayang-Bayang Media: Kodifikasi, Divergensi, Dan Kooptasi Agama Di Era Internet. *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan, 12 (2), 116–21.* https://doi.org/10.14710/sabda.12.2.116-121.

Ahmad, Amar. (2013). Dinamika Komunikasi Islami di Media Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 11 (1), 44-58*. https://doi.org/10.31315/jik.v11i1.308.

Ali, Muhamad. (2011). The Internet, Cyber-Religion, and Authority: The Case of the Indonesian Liberal Islam Network. *Islam and Popular Culture in Indonesia and Malaysia*. https://doi.org/10.4324/9780203829004-14.

Aminuddin, Ahsani Taqwim. (2017). Instagram: Bingkai Kasus Agama di Media Sosial. *Jurnal The Messenger, 9 (2), 163–75*. https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i2.403.

Aziz, Munawir. (2019). Mengenal Gus Baha, Oase di Tengah Ustadz-ustadz yang Mencari Popularitas. *Islami.co (blog), 11 Maret*. https://islami.co/mengenal-gus-baha-oase-di-tengah-ustadz-ustadz-yang-mencari-popularitas.

Burroughs, et.all. (2015). Religious Memetics: Institutional Authority in Digital/Lived Religion. *Journal of Communication Inquiry, 39 (4), 357–77*. https://doi.org/10.1177/0196859915603096.

Campbell, Heidi. (2005). Making Space for Religion in Internet Studies. *The Information Society, 21 (4), 309–15*. https://doi.org/10.1080/01972240591007625.

Campbell, Heidi A., & Mia Lövheim. (2011). Introduction. *Information, Communication & Society, 14 (8), 1083–96*. https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.597416.

Fauzan, Umar. (2014). Analisis Wacana Kritis Dari Model Faiclough Hingga Mills. *Jurnal Pendidik, 6 (1).123-137*.

Firdaus, Ahmad, & Deni Yanuar. (2019). Fenomena Perang Tanda Pagar #2019GantiPresiden Dan #Jokowi2Periode Di Instagram Dalam Membangun Kontruktivisme Berfikir Pemilih Pemula (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, 4 (4)*. Retrieved from http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/12958.

Ghifary, & M. Jacky. (2018). Cyber-Snob. *Paradigma, 6 (2)*. Retrieved from https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/24765.

Hackett, Rosalind I. J. (2006). Religion and the Internet. *Diogenes, 53 (3), 67–76*. https://doi.org/10.1177/0392192106069015.

Hamdani, Ahmad. (2017). Eksploitasi Perempuan Di Media Massa Perspektif Alquran. *Jurnal Harkat: Media Komunikasi Gender, 13 (1), 104-115*. https://doi.org/10.15408/harkat.v13i1.7720.

Hariyanti, Puji, & Puji Hariyanti. (2016). Generasi Muda Muslim dan Gerakan Sosial Spiritual Berbasis Media Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 13. 165–78*. https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.671.

Hashim, et.all. (2007). Islam and Online Imagery on Malaysian Tourist Destination Websites. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12 (3), 1082–1102*. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00364.x.

Helland, Christopher. (2005). Online Religion as Lived Religion. Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet. *Online - Heidelberg Journal of Religions on the Internet*. https://doi.org/10.11588/rel.2005.1.380.

Hossain, Mokter, & K. M. Zahidul Islam. (2015). Ideation through Online Open Innovation Platform: Dell IdeaStorm. *Journal of the Knowledge Economy, 6 (3), 611–24*. https://doi.org/10.1007/s13132-015-0262-7.

Isti'anah, et.all. (2019). Rekonstruksi Pemahaman Konsep I'jaz Al-Qur'an Perspektif Gus Baha'. *QOF, 3 (2)*. https://doi.org/10.30762/qof.v3i2.1526.

Lukman, Fadhli. (2016). Tafsir Sosial Media di Indonesia. *Nun: Jurnal Studi Alquran dan Tafsir di Nusantara, 2 (2), 117-139–139*. https://doi.org/10.32495/nun.v2i2.59.

Mahmudah, Nur. (2017). Portraying Al-Qur'an In Cyber Media: Portrait In Social Media Facebook Of Indonesian Muslim. *Atlantis Press*. https://doi.org/10.2991/icqhs-17.2018.30.

Muhammad, Wildan Imaduddin. (2017). Facebook Sebagai Media Baru Tafsir Al-Qur'an Di Indonesia. *MAGHZA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir, 2 (2),69–80*. https://doi.org/10.24090/maghza.v2i2.1570.

Ogburn, William F. (1975). Cultural lag as theory. *Sociology & Social Research 41, 167–74*.

Permatasari, Nofi, & Danang Trijayanto. (2017). Motif Eksistensi melalui Penggunaan Hashtag (#OOTD) di Media Sosial Instagram. *PROMEDIA: Public Relation Dan Media Komunikasi, 3 (2)*. http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/view/952.

Putri, Sukma Ari Ragil. (2018). Wacana Islam Populer Dan Kelahiran Ustaza Medsos Di Ruang Publik Era Digital. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media, 2 (1), 87–114*. https://doi.org/10.31002/jkkm.v2i1.844.

Samian, Abdul Latif. (2015). ICT and Philosophy: Harnessing the Socio-Digital Transformation. *Jurnal Antarabangsa Alam Dan Tamadun Melayu, 3 (3), 107–12*. https://doi.org/10.17576/iman-2015-0303-10.

Samsudin, Sahiron. (2019). Pendekatan Dan Analisis Dalam Penelitian Teks Tafsir. *SUHUF: Jurnal Pengkajian Al-Qur'an Dan Budaya, 12 (1), 131–49*. https://doi.org/10.22548/shf.v12i1.409.

Sari, Hasrini, & Lidia Anggraeni. (2019). Peran Tipe Gambar, Tagar, Jumlah Likes Dan Informasi Harga Pada Instagram Terhadap Intensi Membeli. *Jati Undip: Jurnal Teknik Industri, 14 (2), 71–80*.

Setianto, Widodo Agus. (2019). Literasi Konten Radikal Di Media Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi,* 16 (1). Retrieved from http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2684.

Shah, Mustafa. (2013). Al-Ṭabarī and the Dynamics of tafsīr: Theological Dimensions of a Legacy. *Journal of Qur'anic Studies, 15 (2), 83–139*. https://doi.org/10.3366/jqs.2013.0097.

Sobirin. (2019). Kiai NU Ini Disebut Ustadz Adi Hidayat Sebagai Manusia Quran. *Muslim Obsession (blog), 4 Juli*. Retrieved from https://muslimobsession.com/kiai-nu-ini-disebut-ustadz-adi-hidayat-sebagai-manusia-quran/.

Supandi, Supandi. (2017). Dinamika Sosio-Kultural Keagamaan Masyarakat Madura (Kiprah Dan Eksistensi Khodam Dalam Pesantren Di Madura).

Al-Ulum: Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Ke Islaman, 4 (1), 26–42. https://doi.org/10.31102/alulum.4.1.2017.26-42.

Tamburian, H. H. Daniel. (2015). Interpretasi Tagar #Savehajilulung Di Kalangan Netizen Pengguna Twitter. *Jurnal Komunikasi, 7 (1), 81–97*. https://doi.org/10.24912/jk.v7i1.9.

Tekno, Kompas. (2019). *www.Kompas.com*.

Yahya, Iip D. (2019). Kisah Gus Baha: Nasab, Perkawinan hingga Karir Intelektual. Alif.id, 14 Februari. Retrieved from https://alif.id/read/iip-d-yahya/kisah-gus-baha-nasab-perkawinan-hingga-karir-intelektualnya-b215367p/.

Zahra, et.all. Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 1 (2), 60–88*. https://doi.org/10.15575/tabligh.v1i2.26.